

小売商業の事業継承と財に関する実証研究

柳 到亭

1. はじめに

日本では「大規模小売店舗法」という従来の調整政策の後ろ盾を無くし、厳しい経営環境の下におかれた中小小売商人だが、家族との繋がりや、地域コミュニティとの交流を通じて商人の誇りとやりがいを保ちながら、地域社会で生き残っている事例は少なくない¹⁾。一方、韓国では振興政策と調整政策がその制定の時期や実行意志において試行錯誤はあったものの、伝統的商業集積を脅かす「内の敵」と「外の敵」²⁾を打ち止めるに一定の寄与をしたが、それでも韓国の伝統市場や商店街が競争力を回復し、顧客を取り戻すまでには至らなかった³⁾。

韓国の流通政策がその成果を確実なものに出来なかったのは、中小小売商業の本質、つまり、家族従業制が日本のそれとは大いに異なることに起因する。例えば、息子（あるいは娘）が店の後を継ぐことであれば、先代から（目に見えないまたはその価値を客観的にはかれないため）市場で取引困難な「関係技能」や「個人技術」⁴⁾を受け継ぐことができ、地域コミュニティをより活性化する重要な原動力になりうる。

上記の事柄はいまだに仮説に留まっており、経験的妥当性を持つ実証分析まで至っていない。したがって、本研究では事業継承と「個人技能」、事業継承と「関係技能」、そして事業継承と「地域コミュニティ」の関係を中心に、実証研究の下で、明らかにしたい。

以上の問題意識をもとに、以下のような構成を持つ。まず、第2節では、小売商業研究における事業継承、家業、財、そしてコミュニティに関連する先行研究を確認し、本稿の課題を提示する。つぎに、第3節では先行研究のレビューから資産、技術、伝統／社会性に関する仮説を導出する。さらに、第4節では仮説の検証結果を述べ、最後に、本研究の検証結果から得られた本研究のインプリケーションおよび研究課題や限界を提示する。

1) 石原・石井（1992）、石井（1996）、横山（2007）が詳しい。

2) 石井（1996）は「外の敵」とは通常全国展開をする量販店チェーンや大規模なショッピングセンターを指し、「内の敵」とは街の空洞化問題あるいは商人組織の問題を指している。

3) 崔・柳（2014）、柳（2016）は、韓国の流通政策（調整政策や振興政策）の実効性を詳しく論じている。

4) ここで「関係技能」とは地域住民との関係、取引先もしくは仕入先との関係、さらにコミュニティとの関係を指し、「個人技能」とは仕入れ先の目利き、加工などの技術を指す。

2. 先行研究のレビュー

2.1 事業継承

日本の商店街における「事業継承」を精力的に進めた研究は、石井（1996）である。石井（1996）は、消費社会の到来とともに、家族と商業が分離することで、子どもが商売を継ぐことに対する関心が薄れている状況を指摘した。その結果としてもたらされた商店経営者の後継者問題を「内々の敵」と呼んだ。が、同時に石井（1996）は、事業継承に関する3つの不思議を提示した。一つ目は、現在は後継者がいないが、これまで多くの商店に後継者がいたことである。二つ目は、大学に進学し専門性を持つひとが、以前のキャリアとは関係のない小売商店の後継者になることである。最後の三つ目は、子どもが店を当然継ぐものであるという意識を持ち、息子が店を継がないことに不満をする商店経営者のことである。

日本および韓国の商店街における「事業継承」に焦点を当てた研究は、柳（2013）である。柳（2013）は、質問調査（2004年・2007年実施）やインタビュー調査（2005年実施）の分析結果に基づいて、商店経営者の事業継承意識や、事業継承の実態を考察した⁵⁾。結論として、韓国の小売商店では、親子間での事業継承がさほど行われなかったことや、子どもに継がせたい意識が非常に希薄であることが明らかになった。特に、商店をめぐる商店経営者の親子関係に焦点を当ててみると、商店経営者は子どもと商店との関係を切り離したいという意識が多くみられた。

要するに、上記の2つの研究を通じて、日韓両国における事業継承に対する考え方が異なること、すなわち、「後継者問題（＝内々の敵）」について、日本では深刻な問題としてとらえているが、韓国ではさほど深刻な問題としてとらえていないことであった。

2.2 家業概念の精緻化

もうひとつ、「事業継承」という概念とともに、「商店と家族との繋がり」を理解するために、核概念である「家業」⁶⁾という概念について、石井・高室・柳・横山（2007）によって再検討された。

石井・高室・柳・横山（2007）では「家業」を、第1に、「家代々の職業」としての家業概念、第2に、「一家の生計のための職業」としての家業概念に二つに分けた。前者を「世襲型家業」と呼び、「暖簾」や「老舗」に代表される世襲を前提とする概念、後者を「生業型家業」と呼び、従来の商業論でいわれた「生業」にあたる概念として整理した⁷⁾。

5) 中小企業庁市場経営振興院の「2012年度伝統市場および店舗経営実態調査」をみても、柳（2013）の事業継承調査と同様な結果がみられる。2012年1,517の商店街の29,829の店舗を対象にした店舗経営に関する実態調査で、子どもに事業継承の意向を示した経営者は全体の5.4%に過ぎないことが分かった。

6) 家業概念に関する既存研究のレビューは、柳（2007）が詳しい。

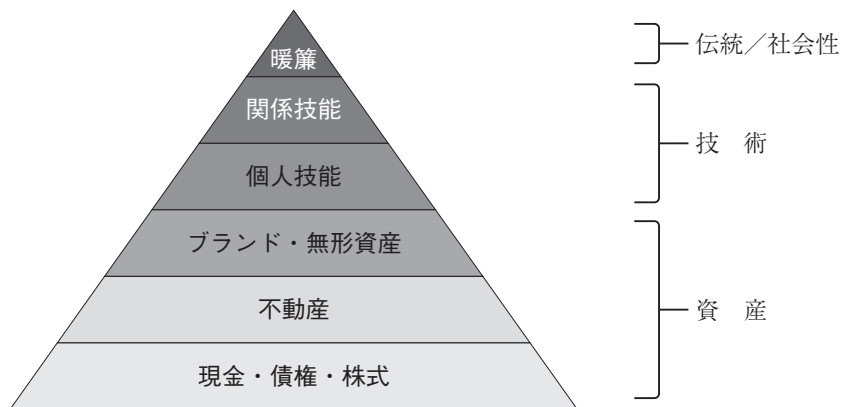
先ほど、日韓両国の事業継承に関する意識や実態を照らしあってみる次のようなことが当然想定できる。日本の商店経営者は世襲型家業意識が高く、事業継承意識も高いことや、韓国の商人は生業意識が高いが、世襲型家業意識は高くないため、事業継承意識が低いことである。

2.3 商店経営が生み出す財の種類

世襲型および生業型のどちらかによって、商店経営を通じて得られる多様な財に対する評価も異なってくる。

石井・高室・柳・横山（2007）では、商店経営が生み出す財を市場取引の可能性によって類型化した。要約すると、大きく2つにまとめることが出来る。一つは、市場で比較的簡単に取引できる現金・債権・株式や不動産などの資産である。もう一つは、市場評価が困難な財産として、商品を取り扱う「個人技能」、お客様あるいは取引先との「関係技能」、のれんに代表される「伝統」と「社会性」である。図1の財のピラミッドは、資産・技術・伝統／社会性という3種類の財によって構成されている。

図1. 財のピラミッド：商店経営により形成される財の種類



出所) 石井・高室・柳・横山（2007）

2.4 取引困難な資産（＝技術、伝統／社会性）とコミュニティ

つぎに、石井・高室・柳・横山（2007）でいう市場取引の困難な資産と「コミュニティ」⁸⁾の関連性を検討する。コミュニティは、すでにそれがあつた程度持続的に存続してきた場合には、そこには、ある意味での「資本」を蓄積⁹⁾しているという。商人にとって、「コミュニティ」と

✓ 7) わかりやすい言葉でいうと、理念型として、「儲かっているのにもかかわらず、商売を継がせたい」（＝世襲型家業）あるいは「儲かっているのに商売を継がせたくない」（＝生業型家業）といった小売業者の理解も可能である（柳・横山（2009））。

の持続的関係のなかで、蓄積される資本とは何かを考えたい。

石井（1996）は、「関係技能」は、特定の商人と特定の顧客とのあいだ、つまり「人と人のあいだ」形成され、「この関係技能を蓄積し、そして商売に生かすためには、その技能を生んだ特定の顧客、あるいは特定のコミュニティの存在が不可欠であることはいまでもない。多くの街の商人にして、町の仲間やコミュニティとのつながりを意識させるのは、こうした技能を自覚しているからに他ならない」¹⁰⁾。その意味で、「関係技能」は、まちの商人がコミュニティとの関係のなかで、蓄積されるものといっている。

続いて、石井（1996）において、「関係技能」はある特定の「個人技能」を軸に、コミュニティとの分厚い交流のなか、築きあげられ、そうした「かけがえのない関係」ことが、家業の継続性を保証し、そして歴史を支えるという。すなわち、「関係技能」は目に見えない、市場で取引できないものなので、家業として持続され、家業としての技能、家業としての歴史を生むことになる。

さらに、横山（2007）は、商人家族が商業集積における商人間関係を円滑している、あるいは店舗周辺でのさまざまな主体との人間関係を捉えている。すなわち、石井（1996）が想定したコミュニティとの関係は主に顧客との関係であるが、横山（2007）はそれを商業集積内での商人間関係まで広げたことにその意義がある。

まとめよう。まちの商人と「コミュニティ」と関係のなかで、石井他（2007）のいう「個人技能」、「関係技能」、さらに、家業としての「歴史」という財が商人あるいは商店に蓄積されることになる。

2.5 研究課題

うえの文献レビューから、本稿の研究課題を考えたい。

柳・横山（2009）では、商業者の家業概念の精緻化を行った。家業はとくに中小商業を理解するうえで、重要な概念であり、家業意識を商店経営者が事業を続けるうえで、重視するいくつかの種類の財に落とし込み、実証的に検討した。結論として、生業型家業を想定した韓国では市場取引が容易な資産（商権、不動産）をより重視すること、世襲型家業を想定した日本では困難な資産（個人機能、関係機能）をより重視することが確認できた。

✓ 8) まず、「コミュニティ」という概念についてである。「コミュニティ」という言葉ないし概念についての理解や定義は多様に存在するが、ひとまず、「コミュニティ」とは「人間が、何らかの帰属意識をもち、かつその構成メンバー間の一定の連帯ないし相互扶助（支え合い）の意識が強く働いているような集団」（広井（2009），11 頁）と理解する。続いて、伊豫谷他（2013）において、その資本というのは「社会関係資本」、「文化資本」、「人的資本」で構成され、こうした「資本」は、コミュニティに生きる人々の活動を支える基盤であると指摘している。

✓ 9) 伊豫谷・齋藤・吉原（2013），24-25 頁を参照した。

10) 石井（1996），248-249 頁を引用した。

柳・横山（2009）に続き、本稿の研究課題は、事業継承を行われる際に「理念型として、世襲型家業は財として市場の評価がすぐにつきにくい財産、生業型家業は財として市場で比較的簡単に評価できる財産を重視するという理解が支配的」である。なぜならば、事業継承に対する社会的評価（関心）が高い世襲型の日本の商店経営では、価値があっても市場取引困難な財（たとえば、個人技能・関係技能）について、その価値を十分に理解した者の間に受け渡されることになるからである。これに対して、子どもへの事業継承を元々想定していない生業型の韓国の商店経営では、経営成果として市場取引の可能性の高い資産（現金・債権・株・不動産）のみがみなされ、財の流動性を高めようとする。

つぎに、仮説の設定と調査設計について述べることにしよう。

3. 仮説の設定

以上の研究課題を受けて、商店経営者が子どもに事業継承をさせる際に、財の重視度を検討することにしたい。石井・高室・柳・横山（2007）では、「資産」、「技術」、そして「伝統／社会性」の3つの財の種類で分類した。以下では、「資産」、「技術」、「伝統／社会性」の順に仮説を設定することにしよう。

3.1 資産に関する仮説

事業継承を想定していない生業型家業である韓国では、世襲型家業である日本ほど、市場取引の困難な財に対する評価が小さくないと推測される。むしろ、韓国では経営成果が市場取引可能性の高い資産が評価されがちであるゆえ、財の流動性を高めて相続することを選ぶだろう。

その意味で、資産に関する仮説を提示すると、

- 1-①. 子どもに事業を継承させる場合、現金・株式などの資産を重視する度合いは、日本の商店経営者より韓国の商店経営者のほうがより高い。
- 1-②. 子どもに事業を継承させる場合、代理店・ライセンス契約などの商権を重視する度合いは、日本の商店経営者より韓国の商店経営者のほうがより高い。
- 1-③. 子どもに事業を継承させる場合、店舗などの不動産を重視する度合いは、日本の商店経営者より韓国の商店経営者のほうがより高い。

3.2 技術に関する仮説

子どもに事業継承させる場合に、比較的に同質的な競争に強いられる小売業においては、取引困難な財が商店経営に役に立つと容易に想定できる。世襲型家業である日本は、商店経営者とその家族の間に、取引困難な財（個人技能・関係技能）についての価値が互いに理解でき、

より重視されると推測できる。したがって、以下のような仮説が導出できる。

- 2-①. 子どもに事業継承させる場合、仕入れ先の目利き・加工などの技術を重視する度合いは、韓国の商店経営者より日本の商店経営者のほうがより高い。
- 2-②. 子どもに事業継承させる場合、お客さんとの関係を重視する度合いは、韓国の商店経営者より日本の商店経営者のほうがより高い。
- 2-③. 子どもに事業継承させる場合、取引先（仕入れ先）との関係を重視する度合いは、韓国の商店経営者より日本の商店経営者のほうがより高い。
- 2-④. 子どもに事業継承させる場合、組合（商人会）との関係を重視する度合いは、韓国の商店経営者より日本の商店経営者のほうがより高い。
- 2-⑤. 子どもに事業継承させる場合、地域コミュニティとの関係を重視する度合いは、韓国の商店経営者より日本の商店経営者のほうがより高い。

3.3 伝統／社会性に関する仮説

石井他（2007）は、顧客と取引先との長い時間に渡って形成された相互の強い期待もとに成立した関係が「伝統」であり、そこにはその価値が必ずしも金銭的評価には還元できない「社会的ミッション」が含まれていると指摘している。そうだとすると、相対的に商店の歴史が長い日本が「伝統／社会性」を重視する度合いが韓国より高いと容易に想定できる。

- 3. 子どもに事業継承させる場合、店異の歴史・伝統を重視する度合いは、韓国の商店経営者より日本の商店経営者のほうがより高い。

4. 分析結果

4.1 調査概要とサンプル特性

以上の仮説を検証するために行われた質問票調査の概要・サンプル特性（日韓の商店経営者および商店の属性）について述べていく。

「商店経営に関する調査」という調査名で、2007年8月から9月にかけて、日本は大阪市・神戸市内の小売商業集積に所属する商店経営者、韓国はソウル市・釜山市内の小売商業集積に所属する商店経営者を対象に質問票調査が実施された。回収数は、日本が788部で（有効回答率は61.9%）、韓国が711部（有効回答率53.2%）であった。

配布・回収は、日韓の商業集積の特徴といった様々な事情を考慮したうえで、最適と考える方法で進めた。日本では商店経営者が行政担当者あるいは行政管轄の組織との関係を持っていることから、大阪市は大阪府商店街振興組合連合会、神戸市は神戸市産業振興財団と、業務委

託契約を結んで、質問票の配布・回収を依頼した。韓国では調査対象と密接な関係をもつ行政担当者（ソウル市役所および小商工人市場振興公団）と業務委託契約を結び、質問票の配布・回収を依頼した。

日韓両国で配布・回収されたサンプルの特徴について説明をしたい。

まず、性別について、日本では男性の商店経営者の割合が80.7%，韓国では男性が57.1%であった。日本では圧倒的に男性の方が多い。

年齢については、日本では30代以下が6.7%，40代16%，50代28.6%，60代32.3%，70代以上16.4%，韓国では30代以下が14.9%，40代35.2%，50代38.8%，60代9.4%，70代以上1.7%，韓国に比べ、日本は60代以上の高齢層が占める割合がかなり大きい。

業種についてであるが、日本では衣類が20.1%，食品42.5%，サービス業15.4%，その他22%，韓国では衣類が27.1%，食品26.5%，サービス業21%，その他25.4%であった。日本のサンプルでは商品が4割と多くなっている。

配布・回収された日韓両国のサンプルの特徴がそれぞれ異なることがわかった。したがって、サンプルの属性をコントロールしながら、仮説検定をすることになる。

4.2 概念の操作化と測定項目

日韓両国の小売商業における事業継承の際に、「資産」、「技術」、「伝統／社会性」に対する重視度の差異を確認するために、t検定を行う。

まず、資産は、①現金・株式などの資本、②代理店・ライセンス契約などの商権、③店舗などの不動産に分類した。これらについて、「事業を継承させる場合、どの程度重視するのか」という質問を設定し、それぞれの質問項目に対して5点尺度で測定した。

次に、技術は、「個人技能」・「関係技能」の二つに分類した。前者については、「事業継承をさせる場合、仕入れ先の目利き・加工などの技術をどの程度重視しているのか」という質問に対して5点尺度で測定した。後者の「関係技能」については、①地域コミュニティとの関係、②組合（商人会）との関係、③取引先（または仕入れ先）との関係、④お客さんとの関係に分類した。これらについても、「事業を継承させる場合、どの程度重視するのか」という質問を設定し、5点尺度で測った。

さらに、伝統／社会性は「事業経営をさせる場合、店の歴史・伝統をどの程度重視するのか」で、上記と同様で5点尺度で測った。

4.3 国際比較調査のための、質問票作成

日韓商業の国際比較調査になるので、質問票の翻訳には慎重なプロセスを踏みながら質問票の完成をはかった。本調査では日本語で作成した質問票をもとに、翻訳、逆翻訳という手順で、韓国語に訳された。具体的には、日本語の質問票を、日本文学を専攻とする大学教員（韓国人）

が韓国語に翻訳し、それを、社会科学を専門とする日本語が堪能な大学教員（韓国人）が日本語に再翻訳するという順序をとった。その結果、日本語の質問票と再翻訳された質問票における差異は最小限であるという判断のもと、その韓国語の質問票を用いることにした。

4. 4 仮説検証

4. 4. 1 全データの日韓比較

日韓の両国の商店経営者において、子どもに事業継承させる場合、重視する財がどのように異なるのかを明らかにする。そのために、3つの財の種類（「資産」、「技術」、「伝統／社会性」）に関わる変数を用意し、それぞれの項目において平均値の比較（t検定）を行った。全サンプルを対象にした平均値の比較の結果は、表1のとおりである。

表1. 事業継承において重視する財に対する意識の日韓比較（全体）

	日本 (n=788)		韓国 (n=711)		t 値
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
現金	3.97	1.119	3.88	1.144	1.492
商権	2.72	1.223	3.51	1.181	-12.178**
不動産	3.73	1.184	3.95	1.114	-3.529**
商品取扱技術	4.24	0.995	3.94	1.061	5.496**
顧客関係	4.63	0.726	4.25	0.914	8.618**
取引先関係	4.46	0.817	4.10	0.960	7.640**
組合関係	3.71	1.081	3.77	1.050	-0.990
地域コミュニティ	4.01	0.982	3.73	1.047	5.007**
歴史・伝統	3.58	1.170	3.90	1.045	-5.470**

注1) ここでの平均値は、各項目に対する商店経営者の回答「(1) 全く重視しない、(2) あまり重視しない、(3) どちらともいえない、(4) やや重視する、(5) 非常に重視する」を合計した平均である。

注2) 有意水準：**= < 1%, * = 5%

まず、サンプルを統制せずに、得られた事業継承において重視する財に対する意識の違いをみることにしよう（表1）。

第1に、資産についてである。事業継承の際に「商権」・「不動産」を重視する度合いが、韓国が日本より高い（「商権」： $t = -12.178$, $p < 0.01$, 「不動産」： $t = -3.529$, $p < 0.01$ ）。

第2に、技術・関係についてである。事業継承の際に、「組合関係」を除く、「商品取扱技術」・「顧客関係」・「取引先関係」・「地域コミュニティ関係」のいずれにおいても、日本が韓国より高い結果を得られた（「商品取扱技術」： $t = 5.496$, $p < 0.01$, 「顧客関係」： $t = 8.618$, $p < 0.01$, 「取引先関係」： $t = 7.640$, $p < 0.01$, 「地域コミュニティ」： $t = 5.007$, $p < 0.01$ ）。

第3に、歴史・伝統は、想定した関係とは逆に、韓国の商店経営者の方がより重視すること

が分かった（「歴史・伝統」： $t = -5.470$, $p < 0.01$ ）。本研究の仮説と逆の検証結果を得られた。これについては、のちほど詳細に検討することにする。

性別・年齢・業種の3点でみた、日韓両国のサンプルが均等であるとはいえない。国際比較調査において、特殊なケース以外では等価性を確実に実現することが不可能である。そのために、仮説検証においては、等価性の問題に配慮をしながら、サンプルを統制しながら、日韓両国の商業者における意識の差を検定したい。

4.4.2 性別での日韓比較

性別からみた、事業継承をさせる場合において重視する財に対する日韓商人意識を比較すると以下のようにまとめることができる（表2）。

表2. 事業継承において重視する財に対する意識の日韓比較（性別）

継承意識	男性					女性				
	日本（n=585）		韓国（n=388）		t 値	日本（n=138）		韓国（n=291）		t 値
	平均	標偏	平均	標偏		平均	標偏	平均	標偏	
現金	3.99	1.105	3.81	1.198	2.394*	3.90	1.138	3.97	1.061	-0.577
商権	2.70	1.207	3.46	1.198	-9.553**	2.76	1.279	3.57	1.161	-6.339**
不動産	3.77	1.165	3.92	1.134	-2.051*	3.58	1.263	3.99	1.091	-3.218**
商品取扱技術	4.23	1.000	3.91	1.042	4.869**	4.25	0.984	3.98	1.085	2.454*
顧客関係	4.64	0.728	4.20	0.970	7.489**	4.61	0.729	4.31	0.842	3.585**
取引先関係	4.46	0.825	4.06	1.002	6.765**	4.45	0.786	4.14	0.906	3.449**
組合関係	3.69	1.090	3.69	1.082	-0.005	3.80	1.035	3.86	0.998	-0.603
地域コミュニティ	3.99	0.985	3.67	1.066	4.695**	4.06	0.971	3.80	1.028	2.476*
歴史・伝統	3.56	1.182	3.89	1.009	-4.591**	3.66	1.093	3.91	1.101	-2.180*

注1) ここでの平均値は、各項目に対する商店経営者の回答「(1) 全く重視しない, (2) あまり重視しない, (3) どちらともいえない, (4) やや重視する, (5) 非常に重視する」を合計した平均である。

注2) 有意水準：**= < 1%, * = 5%

まず、資産においては、男女ともに韓国が日本より、事業継承の際に「商権」・「不動産」を重視する傾向が確認された。次に、技術や関係技能においては、男女ともに日本が韓国より、事業継承の際に「商品取扱技術」・「顧客関係」・「取引先関係」・「地域コミュニティ関係」を重視することが確認された。さらに伝統・社会性においては、意外な結果でもあるが、男女ともに日本より韓国の方が、事業継承の際に「歴史・伝統」を重視するという結果を得られた。

以上から、「現金・株式」以外の項目に対しては、性別は大きな影響を与えているわけではないと判断することができるだろう。

4. 4. 3 年齢別での日韓比較

年齢は「50歳未満」と「50歳以上」という2つの集団に分け、それぞれを比較検討した(表3)。

表3. 事業継承において重視する財に対する意識の日韓比較(年齢)

継承意識	50歳>年齢					50歳≤年齢				
	日本 (n=170)		韓国 (n=337)		t 値	日本 (n=544)		韓国 (n=333)		t 値
	平均	標偏	平均	標偏		平均	標偏	平均	標偏	
現金	4.10	0.995	4.04	1.020	0.741	3.93	1.150	3.71	1.239	2.582*
商権	2.88	1.191	3.66	1.088	-7.436**	2.66	1.225	3.34	1.246	-7.754**
不動産	3.59	1.115	4.10	0.957	-5.101**	3.79	1.201	3.77	1.245	0.141
商品取扱技術	4.28	0.962	4.01	0.974	3.027**	4.23	0.994	3.85	1.143	5.106**
顧客関係	4.61	0.697	4.30	0.816	4.543**	4.64	0.733	4.18	1.013	7.077**
取引先関係	4.41	0.847	4.13	0.891	3.392**	4.48	0.791	4.05	1.033	6.521**
組合関係	3.68	1.056	3.78	0.992	-0.979	3.73	1.080	3.75	1.110	-0.174
地域コミュニティ	4.00	0.951	3.71	1.019	3.196**	4.02	0.980	3.74	1.086	3.868**
歴史・伝統	3.46	1.123	3.88	0.990	-4.145**	3.62	1.167	3.90	1.112	-3.511**

注1) ここでの平均値は、各項目に対する商店経営者の回答「(1) 全く重視しない, (2) あまり重視しない, (3) どちらともいえない, (4) やや重視する, (5) 非常に重視する」を合計した平均である。

注2) 有意水準: ** = < 1%, * = 5%

両国の事業継承における重視する財を比較した結果は、以下の通りである。

まず、「50歳未満」および「50歳以上」両方とも、韓国が日本より、事業継承の際に「商権」・「歴史・伝統」を重視することが確認された。次に、「50歳未満」および「50歳以上」両方ともに、事業継承の際に「商品取扱技術」・「顧客関係」・「取引先関係」・「地域コミュニティ関係」を日本が韓国より重視する傾向が確認された。最後に、「不動産」に関しては「50歳未満」においてのみ、「現金」に関して「50歳以上」においてのみ、韓国が日本より重要であることが分かった。

以上から、「現金」、「不動産」以外の項目に対しては、年齢別は大きな影響を与えているわけではないと判断することができる。

4. 4. 4 業種別での日韓比較

さらに、業種別による事業継承において重視する財に関する意識の差をみることにしよう（表 4）。

表 4. 事業継承において重視する財に対する意識の日韓比較（業種）

継承意識	衣類					食料品				
	日本 (n=137)		韓国 (n=180)		t 値	日本 (n=305)		韓国 (n=185)		t 値
	平均	標偏	平均	標偏		平均	標偏	平均	標偏	
現金	3.96	1.112	3.97	1.014	-0.073	3.95	1.149	3.94	1.111	0.147
商権	2.53	1.218	3.48	1.144	-7.056**	2.62	1.160	3.53	1.235	-8.150**
不動産	3.86	1.212	4.03	0.996	-1.356	3.62	1.206	3.95	1.111	-3.064**
商品取扱技術	4.42	0.838	3.99	0.950	4.175**	4.23	1.040	4.09	0.988	1.522
顧客関係	4.66	0.658	4.40	0.719	3.2148**	4.64	0.744	4.34	0.877	3.882**
取引先関係	4.42	0.828	4.23	0.786	1.980*	4.50	0.787	4.22	0.953	3.508**
組合関係	3.62	1.023	3.89	0.894	-2.494*	3.75	1.103	3.91	0.990	-1.612
地域コミュニティ	3.90	0.948	3.74	0.963	1.417	4.05	0.965	3.80	1.060	2.596**
歴史・伝統	3.48	1.112	3.79	1.068	-2.466*	3.63	1.197	4.07	0.975	-4.375**

注 1) ここでの平均値は、各項目に対する商店経営者の回答「(1) 全く重視しない、(2) あまり重視しない、(3) どちらともいえない、(4) やや重視する、(5) 非常に重視する」を合計した平均である。

注 2) 有意水準：**= < 1%, * = 5%

第 1 に、資産についてである。「商権」については、「衣類」・「食料品」とともに韓国が日本より、事業継承の際に重視する財であると評価していることが分かった。「不動産」については、「食料品」のみにおいて、韓国が日本より、事業継承の際に重視している。

第 2 に、技術・関係についてである。「顧客関係」・「取引先関係」は、「衣類」・「食料品」両方ともに日本が韓国より、事業継承の際に、重視していることが分かる。「地域コミュニティ関係」は、「食料品」においてのみ、「商品取扱技術」は、「衣類」においてのみ、日本が韓国より、事業継承の際に重視する傾向があることが明らかになった。しかし、「組合関係」は、「衣類」においてのみ、韓国が日本より、事業継承の際に重視する意外な結果も得た。

第 3 に、歴史・伝統にかんしては、「衣類」・「食料品」とともに韓国が日本より重視することが分かった。

以上から、「商品取扱技術」、「組合関係」、「地域コミュニティ」以外の項目に対しては、業種別が大きな影響を与えているわけではないと判断することができるだろう。

5. 結論

5.1 仮説の検証と結果の解釈

事業継承においての重視する財に対する評価をまとめると表5のようである。

表5. 事業継承において重視する財に対する評価（まとめ）

仮説	指標	全体	性別		年齢		業種		評価
			男性	女性	50歳＞	50歳≤	衣類	食料品	
1-①	現金・株	×	△	×	×	△	×	×	日本＝韓国
1-②	商権	○	○	○	○	○	○	○	日本＜韓国
1-③	不動産	○	○	○	○	×	×	○	日本＜韓国
2-①	商品取扱技術	○	○	○	○	○	○	×	日本＞韓国
2-②	顧客関係	○	○	○	○	○	○	○	日本＞韓国
2-③	取引先関係	○	○	○	○	○	○	○	日本＞韓国
2-④	組合関係	×	×	×	×	×	△	×	日本＝韓国
2-⑤	地域コミュニティ	○	○	○	○	○	×	○	日本＞韓国
3	歴史・伝統	△	△	△	△	△	△	△	日本＜韓国

注1) ○＝仮説を支持, ×＝仮説を不支持, △＝判断を保留

全体と性別・年齢別・業種別で統制して得られた結果である。とりわけ、安定した検証結果を得られたのは、仮説1-②, 2-②, 2-③であった。残念ながら、仮説, 1-③, 2-①, 2-⑤については、やや不安定な結果が得られた。したがって、これらの3つの仮説については、慎重な解釈が必要になる。歴史・伝統に対する重視度に関する仮説3は、想定とは全く逆の結果を得られた。

その結果をまとめると、以下の3点である。

第1に、資産についてである。「商権」を、韓国が日本より、事業継承の際に重視することが分かった。ただし、「不動産」に関しては、「50歳以上」「衣類」のサンプルにおいて日韓の相違を確認することができなかった。

第2に、技術・関係についてである。「顧客関係」・「取引先関係」は、日本が韓国より、事業継承の際に重視することが一貫して統計的に有意であった。しかし、「商品取扱技術」については「食料品」, 「地域コミュニティ関係」については「衣類」のサンプルにおいて、日韓の間での差が確認できなかった。したがって、「商品取扱技術」および「地域コミュニティ」に関わる仮説は、概ね統計的に有意であることが確認されたが、やや不安定的な結果であったことはいわざるをえない。

第3に、予想とはことなり、韓国の商店経営者が店舗の歴史・伝統を、事業継承の際に重視

する結果となった。当初、世襲的家業である日本が、生業型家業である韓国より店の伝統や歴史を重んじると想定していた。が、全体サンプルおよび性別・年齢別・業種別で統制して行った分析では、その逆の結果が得られた。

この問題については、日本とは異なる韓国商業の特徴から説明出来る。

日韓の商業の間では商店歴史の実態が大きく違うことある。日本は創業以来の営業年数が長い、韓国は相対的に短い。両国の商業統計表（2007年基準）によれば、韓国では、30年以上の営業年数を持つ店舗はわずか12.7%しかいないことに對して、日本のそれは52.0%もいることを考えると、歴史が古いということが周辺商店との競争において優位に立つ重要な資源になる可能性が明らかに高いと推測できる。したがって、「歴史・伝統」を韓国では競争優位の資源としてとらえており、我々が想定した測定ができなかったことは、調査設計ミスであろう。

取り急ぎ、仮説検証の結果を要約しよう。

第1に、慎重な解釈は必要であるが、子どもに事業継承をさせる場合、資産（＝「商権」、「不動産」）についての重視度は、韓国の商店経営者が日本の経営者より高いという傾向がみられた。第2に、個人技術（＝商品取扱技術）及び関係技能（＝顧客関係、取引先関係、地域コミュニティ）においては、日本の商店経営者が韓国の商店経営者のほうよりも重視する傾向が確認できた。

ここで特記したいのは、第2点目と関連している。子どもに事業継承をさせる場合、すなわち、より長期的視点で商店経営を考える際に、地域コミュニティ、顧客・取引先との関係を重要視していることから、市場取引の困難な財に対する価値が世襲型家業の日本においてより高く評価されていることがわかる。

5.2 限界と今後の課題

結びにあたり、本研究の限界と今後の課題について述べたい。

第1に、日韓小売商業の国際比較研究であることから、国際比較の妥当性を問う必要がある。国際比較においては、とりわけ、サンプリングの問題や概念の等価性の問題が常に付きまとう。完全にサンプルの特性をコントロールしながら、国際比較を実現することは難しい課題でもいえよう。

第2に、伝統や社会性については仮説とは逆の結果が得られた点と関係することである。本調査の伝統や社会性を表す指標として採用された「歴史」を韓国の商店経営者は競争優位の源泉として捉えていた。むしろ、小売商店の社会的価値として捉えた場合には、「歴史」ではなく、「暖簾」が有効であるかもしれない。

本研究の課題は、東アジアの流通政策の相違をもたらした原因を、単に資本主義の経験とイデオロギーの違いのみに還元させずに、各国固有の社会的背景が影響を及ぼす可能性について研究を進めることである。本研究で検討した事業継承と「関係技能」の関係をベースに、東ア

ジア諸国とは異なる日本の流通政策の特徴や、地域コミュニティと流通政策の関係をさらに究明することが求められる。

参考文献

- 石井淳蔵（1996）『商人家族と市場社会—もうひとつの消費社会論—』有斐閣。
- 石井淳蔵・高室裕史・柳 到亨・横山斉理（2007）「小売商業における家業継承概念の再検討」『国民経済雑誌』第195巻第3号，17-31頁。
- 石原武政・石井淳蔵（1992）『街づくりのマーケティング』日本経済新聞社。
- 石原武政・加藤 司編（2005）『商店・まちづくりネットワーク』ミネルヴァ書房。
- 石原武政・加藤 司編（2009）『日本の流通政策』中央経済社。
- 伊豫谷登士翁・齋藤純一・吉原直樹（2013）『コミュニティを再考する』平凡社新書。
- 大橋賢也（2005）「まちづくりが示唆する地域商業の方向性」石原武政・加藤司『商業・まちづくりネットワーク』ミネルヴァ書房。
- 大村茂雄・石井淳蔵（1987）「大型店出店凍結宣言にたいする京都市民の態度形成について」『同志社商学』第39巻第2・3号，163-198頁。
- 加藤 司・石原武政編（2009）『地域商業の競争構造』中央経済社。
- 崔 相鐵・柳 到亨（2006）「韓国の流通政策の展開と商人の家族継承」『流通科学大学論集—流通・経営編』第19巻第1号，93-106頁。
- 崔 相鐵・柳 到亨（2014）「韓国における流通政策と伝統的商業集積の問題性」『流通研究』第17巻第2号，27-46頁。
- 白 寅秀（1999）「大衆消費市場の成立と小売業態の変容：後発国の韓国の事例を中心に」『経営史学』第34巻第3号，49-75頁。
- 広井良典（2009）『コミュニティを問いなおす—つながり・都市・日本社会の未来—』ちくま新書。
- 横山斉理（2007）「中小小売商業者のまちづくり活動に関する研究」神戸大学大学院経営学研究科博士論文。
- 柳 到亨（2007）「小売商業の事業継承における家族理念意識の影響に関する実証研究」『流通研究』第10巻第1・2号，1-16頁。
- 柳 到亨（2013）『小売商業の事業継承』白桃書房。
- 柳 到亨（2016）「韓国における小売競争構造の変化と流通政策の課題」『経済理論』第383号，71-86頁。
- 柳 到亨・横山斉理（2009）「商店経営者の「家業意識」に関する実証研究」『流通研究』第11巻第3号，37-56頁。

An Empirical Study of Business Succession and Capital in Retailing

Dohyeong RYU

Abstract

The aim of this research is to clarify, based on empirical study, the relationship between business succession and individual skills, business succession and related skills, and business succession and the local community. First, in the case of business succession to children, it was revealed that Korean shop owners tend to place more importance on assets (commercial rights and real estate) than Japanese shop owners. Second, it was confirmed that Japanese shop owners tend to place more importance on individual skills (handling of products) and related skills (customer relations, business partner relations, ties with the local community) than their Korean counterparts.